

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan pengolahan data dan analisis, diberikan usulan-usulan untuk pihak perusahaan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- ❖ Tujuan periklanan Rainbow Square adalah untuk memberikan informasi berupa adanya produk baru maupun adanya acara-acara khusus, untuk membujuk, untuk mengingatkan, serta menarik konsumen baru dan juga untuk mempertahankan konsumen lama.
- ❖ Media-media yang digunakan oleh Rainbow Square yaitu tabloid iklan, surat kabar, radio, brosur, dan majalah.
- ❖ Dari hasil penelitian yang diperoleh, periklanan yang dibuat oleh Rainbow Square boleh dikatakan berhasil untuk mempersuasi konsumen sehingga konsumen ingin datang berkunjung dan mencoba produk yang ditawarkan oleh Rainbow Square. Hal ini terlihat dari hasil jawaban responden yang telah mengisi kuesioner.
- ❖ Walaupun boleh dikatakan kegiatan periklanan Rainbow Square berhasil tetapi tidak sepenuhnya berhasil karena ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi meskipun faktor tersebut kecil persentasinya. Faktor itu antara lain, ukuran iklan yang diterbitkan di surat kabar kurang besar sehingga kadang tidak terlihat oleh pembaca surat kabar, selain itu

penampilan iklan Rainbow Square di surat kabar juga kurang bervariasi, selalu sama sehingga hal ini menimbulkan kejenuhan bagi konsumen.

5.2 Kelemahan

Kelemahan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- ❖ Pengaruh yang ingin diketahui adalah pengaruh antara periklanan terhadap persuasi pelanggan, bukan pengaruh antara dimensi periklanan terhadap dimensi persuasi pelanggan, tetapi pada operasional variabel, variabel periklanan dan variabel persuasi pelanggan diuraikan lagi menjadi dimensi-dimensinya. Hal ini dilakukan untuk memudahkan penulis dalam membuat pernyataan-pernyataan dalam kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis mencoba memberikan beberapa saran untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

- ❖ Dalam melaksanakan program periklanan perlu dilakukan survei pasar secara khusus agar perusahaan mengetahui tingkat keefektifan iklan dan program periklanan yang dijalankan dapat berhasil.
- ❖ Membuat atau menciptakan suatu ciri khas menu makanan yang dapat mengingatkan konsumen pada Rainbow Square.

- ❖ Mengupayakan penambahan media iklan seperti spanduk dan atau/ internet dan membuat penampilan iklan Rainbow Square pada surat kabar semenarik mungkin dengan bahasa iklan yang baik dan mudah diingat oleh masyarakat.
- ❖ Karena semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang yang serupa dan secara otomatis menjadi perusahaan pesaing, maka Rainbow Square harus mempertahankan dan meningkatkan kebijakan periklanan yang telah dijalankan perusahaan serta meningkatkan frekuensi periklanan. Dengan demikian maka Rainbow Square dapat membangun citra perusahaan dan produk yang baik di mata masyarakat sehingga masyarakat terbujuk untuk mencoba produk yang ditawarkan perusahaan.

5.4 Implikasi Manajerial

Beberapa implikasi manajerial yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

- ❖ Rainbow Square perlu memperhatikan ukuran pemasangan iklan di media surat kabar untuk membuat konsumen menyadari akan keberadaan iklan tersebut. Terlihat dalam kuesioner, para responden menjawab bahwa ukuran iklan di surat kabar tidak terlalu besar. Padahal iklan yang secara gagah tampil di hadapan masyarakat dengan ukuran besar dan logo yang cantik menimbulkan kepercayaan yang tinggi bahwa perusahaan yang membuatnya bonafit dan produknya bermutu.
- ❖ Dalam pasar dengan banyak pesaing dan pengeluaran iklan yang tinggi, suatu merek harus diiklankan secara besar-besaran agar terdengar di tengah

kegaduhan pasar. Artinya Rainbow Square harus mencari berbagai cara agar produknya dapat terus diingat oleh target pasarnya dan tidak dikalahkan oleh pesaingnya. Usaha ini dapat berupa frekuensi penayangan iklan yang lebih sering, membangun citra yang berbeda dibandingkan dengan pesaing, dan sebagainya.

- ❖ Rainbow Square masih perlu menambah penayangan iklannya pada berbagai media yang lain, seperti pada media internet, televisi, surat pos khusus, dan media-media lainnya yang belum digunakan oleh Rainbow Square. Hal ini penting untuk dilakukan, terutama media internet karena media ini dapat menjangkau konsumen diseluruh dunia untuk para pengguna internet. Rainbow Square dapat membuat web site, sehingga pemakai atau surfer dari net dapat memasuki Situs Web untuk mencari informasi khusus atau hanya untuk mendapatkan berita atau hiburan.
- ❖ Rainbow Square perlu melakukan pengukuran efektifitas periklanan karena ini merupakan aspek penting dari manajemen periklanan-hanya dengan mengevaluasi hasil yang telah diperoleh sudah memungkinkan untuk menentukan apakah tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sedang atau sudah dicapai.